

دور العرض السياحي في تطوير اقتصاديات السياحة في السودان (2017 - 2022م)

باحث- جامعة الزعيم الازهري

أ. علاء عماد الدين محمد إبراهيم

المستخلص:

تتصدر السياحة في الوقت الراهن إهتمام معظم دول العالم وذلك بقطاعيها العام والخاص لما لها من دور هام في اقتصاديات هذه الدول، وتبرز أهميتها من كونها ظاهرة متعددة الجوانب تستثمر المظاهر الطبيعية للدول وتستفيد من الملامح الثقافية والاجتماعية لشعوبها. هدفت هذه الدراسة لإبراز دور العرض السياحي والجاذب والمقومات السياحية في تطوير اقتصاديات السياحة في السودان، باعتبارهما واحدة من الركائز الأساسية المحركة للنشاط الاقتصادي من خلال جذب فرص الاستثمار وتوفير المزيد من فرص العمل للأيدي العاملة وتوفير العملات الصعبة، وكذلك توفير دراسات وبحوث علمية تساعد علي تنمية وتطوير السياحة في السودان، وفي سبيل ذلك استخدم الباحث المنهج التاريخي والوصفي والاستقرائي والتحليلي لتحقيق ذلك الهدف، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والتي تمثلت في أهمية حصر الجاذب والمغريات السياحية والترويج لها لجذب المستثمرين وزيادة فرص الاستثمارات السياحية مما يجعلها وجهة سياحية للسياح والمستثمرين، بالإضافة لعدم مشاركة القطاع الخاص في تحسين وتطوير مواقع الجذب والعرض السياحي والاستفادة منها كاستثمارات سياحية.

The role of tourism in the development of tourism economies in Sudan

Name;ALAA EMADELDIN MOHAMED IBRAHIM

Abstract:

Tourism is at the forefront of the interest of most countries of the world in both the public and private sectors, because of its important role in the economies of these countries. Its importance is mainly highlighted by the fact that it is a multifaceted phenomenon that invests in the natural manifestations of States and benefits from the cultural and social features of their peoples. The study sought to highlight the role of tourism exhibitions, attractions and tourism components in the development of tourism economies in the Sudan, as they are one of the main pillars driving economic activity by attracting investment opportunities, providing more employment opportunities for labor and providing hard currency, as well as providing scientific studies and research that help develop tourism in the Sudan. To this end, the researcher used the historical, descriptive, inductive and analytical approach to achieve that goal. The study reached a number of results, which were represented in the importance of restricting tourist attractions and promoting them to attract investors and increase tourism investment opportunities, making them a tourist destination, which makes them a destination for tourists and investors. In addition, the private sector was not involved in the improvement and development of tourist attractions and exhibitions and benefiting from them as tourism investments

مقدمة:

تلعب السياحة دوراً مهماً في تنشيط اقتصاديات دول كثيرة حيث أصبحت تمثل مصدراً للدخل القومي ومعادلاً في الميزان التجاري ومساهماً في ميزان المدفوعات في النشاط السياحي المتعددة وحراك الاقتصاد السياحي المتشابك. استطاعت بعض الدول الوصول إلى أرقام كبيرة للنتائج السياحي بها مثل بريطانيا وفرنسا وأسبانيا وإيطاليا وغيرها، لما يتمتع به اقتصاد السياحة من وزن كبير في اقتصاديات هذه الدول ينعكس أثره على تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات ويساهم في حل بعض المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها خاصة في توفير فرص العمل للشباب والقوى العاملة فيها، فأصبحت السياحة ترتبط بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية ارتباطاً كبيراً، فهي

في الحقيقة تمثل أحد الصادرات الهامة غير المنظورة وعنصر أساسي من عناصر النشاط الاقتصادي في الدول المختلفة. والسودان يتمتع بجواذب سياحية متعددة منها على سبيل المثال المواقع الطبيعية الجميلة كأركويت وجبل مرة ورشاد والتي تصلح لإنشاء المصايف والمنشآت والاستراحات السياحية، والحظائر القومية كحظيرة الدندر بولاية سنار وحظيرة الردوم بولاية جنوب دارفور والتي يمكن تجهيزها بالمعسكرات والمخيمات السياحية، وعلى سواحل البحر الأحمر يمكن إقامة القرى والمجمعات السياحية ومراكز الغوص والتصوير تحت الماء ومراكز للصناعات اليدوية يستفاد فيها من الخامات المحلية التي تعتمد على البيئة البحرية من أسماك وأصداف ومحار وقواقع وشعب مرجانية. وهنالك مناطق الآثار في كل من الولاية الشمالية وولاية نهر النيل والتي يمكن أن تجهز بالاستراحات والمتاحف، ونجد أن السودان بالرغم من وجود عوامل الجذب السياحي والمغريات السياحية إلا أنه يفتقر إلي جاهزية المنتج السياحي (العرض السياحي) واكتمال وتكاملية عناصره الرئيسية خاصة توفير مرافق متطورة بمعايير عالمية للبنية التحتية والفوقية في مواقع الجذب السياحي، وكذلك العناصر التي تتيح سهولة الوصول لهذه المواقع السياحية، بالإضافة للتسهيلات التي تضمن انسياب حركة السياح بسهولة عبر المطارات الولائية التي بها مواقع جذب سياحي، هذا بالإضافة إلي أهم عناصر المنتج السياحي وهو عنصر الضيافة وذلك لقلّة الكوادر العاملة في هذا المجال والتي تحمل شهادات متخصصة بمجال السياحة في السودان.

مشكلة الدراسة :

تبرز مشكلة الدراسة في أن صناعة السياحة في السودان لم تستطع النهوض والمضي قدماً لتلحق بركب الدول التي استطاعت أن تطور صناعة السياحة بها والاستفادة من عائداتها اقتصادياً واجتماعياً، وذلك لعدم قناعة القطاعين العام والخاص في السودان بأن صناعة السياحة يمكن أن تكون ذات قيمة اقتصادية واجتماعية إذا ما توفرت لها الامكانيات، وهذا أدى بدوره لضعف الاستراتيجية والخطط التي تهتم بالتسويق والعرض للمنتج السياحي، مما أدى إلى قلة الاهتمام بتوفير البنى التحتية والفوقية التي تعتبر من أهم أساسيات صناعة السياحة، ومن ما ذكر آنفاً تتضح مشكلة الدراسة في ضعف الاهتمام الرسمي ومن القطاع الخاص في مجال التخطيط العلمي للنهوض بالقطاع السياحي خاصة في مجال إعداد المنتج السياحي واسلوب عرضه من خلال البرامج السياحية، وأيضاً ضعف تنمية وترقية المنتج السياحي في مجال الاعلام والترويج والعرض بما يتناسب مع الأسواق العالمية.

أسباب اختيار الدراسة:

1. التعرف على المقاصد والجواذب السياحية في السودان.
2. تسليط الضوء على مستويات العرض السياحي في السودان.
3. محاولة الإرتقاء بمستوى العرض السياحي في السودان من أجل تنشيط السياحة.

4. السعي لتقديم تصور نموذجي للإرتقاء بالعرض السياحي بالسودان.
5. الترويج للمقومات السياحية المتاحة داخل السودان من خلال عرض يواكب العروض العالمية وتشجيع الاستثمار السياحي بالدولة.
6. تنمية وتطوير صناعة السياحة في السودان من خلال العرض والطلب.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة في وضع تصور يساهم في تطوير وتنمية المنتج السياحي القائم على الخدمات الراقية ليصبح الأولوية الأولى في اتجاه إنشاء صناعة سياحية في السودان، إذ لابد من الإهتمام والعناية الدائمة بالمنتج السياحي السوداني حتى يتمكن من الوصول إلى أسواق السياحه العالمية، بالإضافة إلى دراسة أسباب عدم تطور المنتج السياحي وصناعة السياحة في السودان والاستفادة من عائداتها اقتصادياً واجتماعياً.

أهداف الدراسة:

1. تحديد مشكلات السياحة في السودان بشكل عام.
2. التعرف على المقومات السياحية المتاحة والوقوف علي مشكلات ضعف تلك المقومات في صناعة السياحة بالسودان.
3. دراسة الأوضاع القائمة والوسائل المستخدمة للعرض السياحي بالسودان وتحديد أسباب القصور وتخلفها عن وسائل العرض السياحي العالمي.
4. إبراز دور العرض السياحي في جذب النشاط السياحي وتطوير اقتصاديات السياحة بالسودان.
5. توفير الدراسات والبحوث في المجال السياحي بالسودان.

فرضيات الدراسة:

1. حصر وسائل العرض المتاحة وتصنيفها يساعد بشكل كبير في التخطيط للنشاط السياحي والاستفادة منها اقتصادياً واجتماعياً في السودان.
2. تنمية وتطوير العرض السياحي والمنتج السياحي يساعد في التنمية الاقتصادية في السودان.
3. يفتقر السودان لعنصر الثقافة السياحية والتي تطور وترتقي بالجواذب السياحية كمنتج سياحي قابل للتسويق عالمياً.

حدود الدراسة:

- أ. المكانية: جمهورية السودان.
- ب. الزمانية: من 2017م حتى 2022م.

منهجية الدراسة :

سوف تعتمد هذه الدراسة علي اتباع المنهج التاريخي والوصفي والاستقرائي والتحليلي.

أ.المنهج التاريخي:

هو المنهج الذي يهتم بالوصول إلى حقائق وتعميمات تساعد في فهم الحاضر وتفسيره ومحاولة التنبؤ بأحداث بالمستقبل من خلال وقائع وأحداث الماضي التي يدرسها ويحصيها ويفسرها علي أسس علمية ومنهجية دقيقة كما أنه يهتم بوصف الأحداث التي حدثت بالماضي وصفا كيفيا مع رصد عناصرها وتحليلها ومناقشتها، وسوف استخدم هذا المنهج لسرد لتلك الموارد وأهميتها التاريخية وبدايتها ومراحل تطورها.

ب.المنهج الوصفي:

وهو المنهج الذي يختص بوصف الظواهر والأحداث وتحليلها والوصول إلي نظريات وقوانين بقصد التقييم ويقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع والوصول إلي استنتاجات تسهم في فهم الواقع، وسوف يستخدم هذا المنهج في وصف وشرح كل ما يخص العرض السياحي والدور الذي يلعبه في تطوير اقتصاديات السياحة.

ج.المنهج الاستقرائي:

هو عبارة عن عملية دقيقة تهدف إلى جمع البيانات وملاحظة الظواهر المرتبطة بها من أجل الربط بينها بمجموعة من العلاقات الكلية العامة، وأيضاً يعرف بأنه الأسلوب البحثي الذي يستخدمه الباحث في تعميم دراسته الخاصة على الدراسة العامة المرتبطة بالموضوع الذي يبحث فيه، أي يربط بين الدراسة التي عمل على تنفيذها بصفتها جزءاً من كل، ويعتمد المنهج الاستقرائي على استخدام مجموعة من الاستنتاجات القائمة على الملاحظات والتقديرات والتجارب وسوف يستخدم هذا المنهج في جمع وملاحظة كل ما يخص العرض السياحي والدور الذي يلعبه في تطوير اقتصاديات السياحة.

د.المنهج التحليلي:

تقوم الدراسة بتحليل واقع العرض السياحي والدور الذي يلعبه في تطوير اقتصاديات السياحة في السودان، والناتج والتوصيات التي من شأنها إلقاء الضوء على أهمية العرض السياحي ودوره وتطويره وتحسينه بما يتناسب مع التطورات العالمية الحديثة.

مصادر جمع البيانات:

تشمل نوعين من المصادر :

أ. مصادر ثانوية: تتمثل في (الكتب - المراجع - الرسائل والبحوث العلمية - المواقع الإلكترونية).

ب. مصادر أولية: وتكمن في العمل الميداني والذي سوف يكون من خلال: المقابلات

الشخصية، والملاحظة.

السياحة:

إن هدف السياحة هو الحصول على إشباع، وإمتاع، وإسعاد وإرضاء السائح، فإنها لا تزال مورداً جوهرياً للدخل القومي، وأداة استثمار القدرات البشرية، وغير البشرية، وأداة استقلال الطاقات الإيوائية المتاحة في الفنادق، والموتيلات، والقرى السياحية، فضلاً عن ما تحققه من تواصل فكري بين الشعوب باختلاف سكان دول العالم، ومقاصدها السياحية.⁽¹⁾

تعريف السياحة:

يعرف مختار الصحاح للرازي كلمة ساح سائح (ساح) الماء جرى علي وجه الأرض و(السائح) أيضاً الماء الجاري و(ساح) في الأرض يسبح (سياحاً) (سيوحاً) و(سياحة) و(سيحان) بفتح الياء أي ذاهب.⁽²⁾

أما في المعجم الوسيط فتعني السياحة «التنقل من بلد لآخر طلباً للتنزه أو الاستطلاع والكشف.

ادرج تعريف دي ماير (1952م) للسياحة في القاموس السياحي بمونت كارلو علي أنها «مجموعة التنقلات البشرية والانشطة المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقاً لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد.⁽³⁾

لفظ سياحة Tourism من لفظ Tour ويعني باللغة الانجليزية رحلة يقوم بها الشخص ويعود إلى نفس النقطة التي بدأ منها، وأي رحلة دائرية تم التخطيط لها لزيارة عدة أماكن من أجل المتعة والاستجمام أو التعليم وخاصة العطلات.

من التعريفات المعاصرة (مؤتمر أوتاوا بكندا، يونيو 1991م) السياحة هي الأنشطة التي يقوم بها الشخص إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية دون أن يكون غرضه من السفر داخل مكان الإقامة الكسب، ويستبعد التعريف الهجرة المؤقتة لممارسة أنشطة الكسب، وقد اقترح المؤتمر الأخذ بتعريف آخر للسياحة بأنها ظاهرة اجتماعية تشمل انتقال شخص أو أشخاص من مكان إقامتهم المعتادة إلى أماكن أخرى داخل دولهم، وهذه هي السياحة الداخلية أو خارج حدود دولهم وتعتبر هي سياحة خارجية أو دولية. وتعرف السياحة بأنها «الانتقال من الموطن الأصلي الي مكان آخر ليس بسبب العمل أو الهجرة ولكن لأسباب أخرى عديدة منها الترفيه أو الدراسة أو العلاج أو الثقافة ولا يحصل السائح علي أي دخل مادي من المكان المنتقل إليه.

مفهوم السائح Tourist:

عرّف مؤتمر منظمة الأمم المتحدة بالاشتراك مع الاتحاد الدولي للسياحة الرسمية والذي انعقد بروما في الفترة من 8/19 - 1963/9/9م - وجاء التعريف على النحو التالي: (كل زائر مؤقت للبلد الحقيقي، لأي غرض غير العمل، ولا تقل مدة الزيارة عن 24 ساعة ولا تزيد عن اثني

عشر شهراً وتكون لأغراض الزيارة العائلية، أو قضاء الاجازات أو حضور اجتماعات أو مؤتمرات أو مهرجانات رياضية أو فنية، أو بغرض العلاج والاستشفاء أو طلب العلم). وهناك تعريف للسائح صدر عن منظمة السياحة العالمية واقرته اللجنة الاحصائية للأمم المتحدة عام 1968م وينص على أن السائح هو: (كل شخص يقيم خارج حدود موطنه المعتاد لفترة تزيد عن أربع وعشرين ساعة على ألا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة).⁽⁴⁾

مقومات الجذب السياحي:

مفهوم الجذب السياحي:

وهو عبارة عن الدوافع والمحفزات الداخلية التي تحفز الإنسان لزيارة موقع سياحي معين، سواء كان موقعاً طبيعياً، أو بشرياً، كما يمكن تعريف مقومات الجذب السياحي بأنها العناصر والخصائص المتوفرة في المنتج السياحي والبيئة المادية والاجتماعية الموجود فيها ذلك المنتج، والتي تدفع الإنسان وتحفزه لزيارة موقع سياحي معين، ولهذا يمكن تسميتها بالمغريات أيضاً.

يمكن اعتبار المغريات، والمقومات عوامل جاذبة للاشتراك بالتجربة السياحية، والمغريات بمثابة منتج مركب، أو مزيج من مجموعة عناصر، أو عوامل لها قوة التأثير على اتخاذ القرار في اختيار السائح جهة القصد السياحي، وهي تشكل المادة الخام التي تتواجد في جهة القصد السياحي بغض النظر عن حجمها والوظيفة التي تشتهر بها، وتقسم هذه المقومات إلى مقومات طبيعية خلقها الله عز وجل، ومقومات بشرية من صنع الإنسان.

1. المقومات الطبيعية:

تشكل الموارد الطبيعية الوعاء الأساسي لقيام السياحة، حيث تعتبر المادة الأولية الرئيسية التي تدخل في العملية الإنتاجية لصناعة السياحة، وهي منتجات سياحية من صنع الخالق سبحانه ليس للإنسان أي دور في إيجادها، مثل: تنوع أشكال سطح الأرض في مناطق الجبال، والسهول، والوديان، والبحيرات، والسواحل، والمياه المعدنية، والأنهار والشلالات، يضاف إلى ذلك تنوع الحياة النباتية، والحيوانية والذي يشكل إضافة نوعية للمشهد السياحي، ليصبح أكثر إثارة في تشكيل وتنشيط الظاهرة السياحية، وتعتبر الظروف الجوية، وحالة المناخ، والطقس لجهة القصد السياحي من المغريات السياحية المناسبة للرحلات في العطل، والإجازات المتوسطة والطويلة، وكما تؤثر هذه الظواهر على درجة الجذب السياحي ويمتد تأثيرها على نوعية الطلب السياحي، وتلعب الموارد الطبيعية دوراً بارزاً في عملية التنمية السياحية، وكما تلعب دوراً مهماً في توفير الخدمات الأساسية للسائح، وتلبية احتياجاتهم المختلفة التي يقصدونها من زيارة الموقع السياحي.

2. المقومات البشرية:

يعتبر الإنسان أهم مكون من مكونات المقومات البشرية، حيث سعى الإنسان من قديم العصور على صنع الحضارات والثقافات مما أنتج كم هائل من التنوع التراثي والثقافي والإرثي، فالحياة الاجتماعية والثقافية والإرث الحضاري وطباع الشعوب وعاداتها، حيث الفلكلور، والصناعات اليدوية، ذات الطابع المحلي، والطقوس الدينية، وألوان الطعام، وألوان الفن من غناء وموسيقى ورقص ونماذج من السكن البدوي كلها من صنع الإنسان، وتطوره الحضاري لهذا النوع البشري المؤثر على السياحة.⁽⁵⁾

العرض السياحي:

العرض السياحي هو مجموعة السلع والخدمات والبنية التحتية والفوقية والموارد المنظمة بطريقة تلبي احتياجات الزوار ويجب توجيه العناصر لتزويد السائح برؤية متجانسة للموارد التي يرغبون في الترويج لها. ويتمثل العرض السياحي في كمية السلع والخدمات التي تعرضها المشروعات الخاصة والعامة والمحتمل إقبال السياح عليها، لتلك المشروعات من أجل تحقيق أقصى ربح.⁽⁶⁾

تعريف العرض السياحي:

«العرض السياحي هو عبارة عن شكل لظهور إنتاج السلع والخدمات السياحية في السوق والتي هي موجهة لإشباع الطلب السياحي، فهو يمثل مختلف عناصر الجذب والمغريات السياحية الموجودة بها الطبيعية والصناعية، بالإضافة إلى الخدمات العامة والسياحية التي تقدمها الدولة للسياح القادمين إليها من مختلف أنحاء العالم».

وتم تصنيف العرض السياحي (المنتج السياحي) من طرف منظمة السياحة العالمية إلى:

1. التراث الطبيعي: «المناظر الطبيعية، الجغرافيا، الشواطئ، الصحراء... إلخ».
2. التراث البشري: «المعطيات الديمغرافية، ظروف الحياة، الرأي العام، العادات والتقاليد والمعطيات الثقافية».
3. الجوانب التنظيمية والسياسية والقانونية والإدارية للبلد.
4. الجوانب الاجتماعية «مثل بنية المجتمع، اللغة، الدين».
5. التسهيلات الخدمية «كوسائل النقل، الإيواء، المطاعم، وغيرها».
6. الأنشطة الاقتصادية والمالية.⁽⁷⁾

مكونات المنتج السياحي «العرض السياحي»:

يتكون المنتج السياحي من «الموارد السياحية الطبيعية» كالشواطئ البحرية والبحيرات والجبال والشلالات والحياة البحرية، ومن «الموارد السياحية البشرية» مثل المواقع الأثرية

والتاريخية والثقافية، ويوفر المزج بين هذين النوعين من الموارد الطبيعية والبشرية مواقع الجذب السياحي أو ما يطلق عليها بالمغريات السياحية، بالإضافة إلى المرافق المرتبطة بخدمات البنية التحتية «الطرق، الاتصالات، الكهرباء، المياه، الصرف الصحي»، ومرافق البنية الفوقية «الفنادق، المنتجعات، المطاعم»، ووسائل النقل السياحية المختلفة، ويضاف إلى ذلك عوامل سهولة الوصول إلى المواقع السياحية والتسهيلات السياحية التي تساعد على إنسيابية الحركة السياحية وعوامل الضيافة المرتبطة بالأساليب الحضارية للتعامل مع السياح والزوار من خلال توفير أسباب الراحة والأمان لهم. (8)

خصائص العرض السياحي:

يتميز العرض السياحي بمجموعة من الخصائص وهي:

1. عدم إمكانية نقل العرض السياحي: و

يقصد بذلك أنه يستحيل نقل المنطقة السياحية إلى السائح بل إن السائح هو الذي ينتقل إلى المنطقة السياحية، إضافة لذلك أن معظم مكونات المنتج السياحي لا يمكن تخزينها كمقاعد الطائرات، الغرف الشاغرة في الفنادق فهي كلها تعتبر خسارة إن لم يتم شغلها.

2. عدم مرونة العرض السياحي:

ويقصد بعدم مرونة العرض السياحي هو عدم قابلية العرض السياحي للتغير طبقاً لأذواق ورغبات واتجاهات المستهلكين السياح؛ حيث أنه في المجال السياحي يصعب تغيير بعض المقومات الطبيعية والصناعية؛ إذ أنه لا يمكن تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر وخاصة في المدى القصير، فمثلاً لا يمكن تحويل فندق إلى مطار، كما أن إنشاء المنشآت السياحية كالفنادق يتطلب وقتاً طويلاً.

3. تباين قطاعات السوق السياحي:

إن تباين قطاعات السوق السياحي يعنى أن العناصر المكونة للعرض السياحي مستقلة عن بعضها البعض؛ حيث يمكن التمييز كل عنصر وتحديد معاملته الرئيسية دون تدخل بينها، كما أن دوافع السياح ورغباتهم تختلف من مجموعة إلى أخرى؛ وذلك حسب مستويات دخولهم وعاداتهم وتقاليدهم.

4. تعدد جهات الإنتاج السياحي:

تشمل السياحة العديد من الفعاليات السياحية المختلفة كالفنادق والنقل السياحي ومحلات البيع وغيرها وكلها تقدم خدمات مستقلة عن غيرها وهذا ما يخلق صعوبة في خلق خدمة متكاملة إلا بدرجة عالية من التنسيق والتعاون.

اقتصاديات السياحة:

تعود أهمية السياحة من الناحية الاقتصادية إلى تأثيراتها المتنوعة والمستمرة والمتجددة والتي نجد من أهمها:

1. السياحة مصدر للدخل بالعملات الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها.
2. السياحة سوق قابل للتوسع نتيجة الزيادة المطردة في دخل الأفراد خاصة في الدول المتقدمة، مما يجعلها من القطاعات التي يبشر مستقبلها بالتقدم.
3. تتطلب السياحة استثمارات مالية منخفضة نسبياً إذا ما تمت مقارنتها بغيرها من القطاعات الإنتاجية الأخرى، خاصة بالقياس إلى العائد المتوقع منها في الأجل القصير أو الطويل.
4. إن المنتج السياحي المباع يعتمد أساساً على خدمات وثروات غير مادية لا تدر دخلاً أو عائداً بغير الاستخدامات السياحية، كالمناخ المعتدل، والمعالم الأثرية والدينية وغيرها، فضلاً على أنها تعتبر نشاطاً تصديرياً تستوجب حضور المستهلك إليها دون الحاجة إلى النقل والشحن.
5. توفير فرص العمل خاصة للشباب إذ أن السياحة هي أكبر قطاعات العمل في الخدمات استيعاباً للأيدي العاملة ولم تؤثر ابداعات التقنية كثيراً في تخفيض الاحتياج إلى دور الإنسان إذ أن أقل نسبة للاستيعاب تتراوح ما بين 10 % إلى 5 % من جملة عدد السياح.
6. إن السياحة أداة فعالة ومؤثرة في قيام وتنمية صناعات أخرى بصفة مباشرة أو غير مباشرة، وما ينتج عن ذلك من زيادة لفرص العمل، وتوسيع قاعدة الدخل سواء كانت أجوراً أو عائداً أو أرباحاً، مما يترتب عليه تحسين مستوى المعيشة وتوسيع الوعاء الضريبي.

7. السوق السياحي:

يعرف رجال التسويق السوق السياحي بأنه: (مجموعة من المشتريين المرتقبين الذين لديهم حاجات ورغبات غير مشبعة، ولديهم القدرة والرغبة في الشراء، ويمكن خدمتهم وإشباع رغبتهم من قبل المؤسسات السياحية). (9)

كما يعرف سوق الخدمات السياحية بأنه: (هو ذلك المكان الذي يتقابل به الطلب السياحي بالعرض السياحي الذي تقدمه المؤسسات، والشركات السياحية العاملة في مجال الخدمات السياحية)⁽¹⁰⁾

والسوق السياحي مهما كانت طبيعته يتمثل عادة في الأفراد:

أ. يحتاجون ويرغبون في خدمة سياحية معينة.

ب. لديهم القدرة على شراء هذه الخدمات السياحية.

ج. لديهم الرغبة في الإنفاق للحصول على الخدمات السياحية.

د. لديهم الصلاحية للشراء « صلاحية استخدام المال وعدم وجود عقبات ».⁽¹¹⁾

ويختلف سوق الخدمات السياحية عن سوق السلع المادية الملموسة، نظراً للخصائص التي تتميز بها الخدمات بصفة عامة، على سبيل المثال لا يمكن تخزينها كالسلع المادية كونها تنشأ وقت الطلب عليها، ما يفرض حضور الزبون لأداء الخدمة. بصفة عامة يمكن القول أن ظروف عرض الخدمات تختلف عن عرض السلع المادية، أي أن سوق الخدمات السياحية يختلف عن سوق السلع المادية.

أنواع السوق السياحي:

أنواع السوق السياحي متداخلة فيما بينها وتوجد بينها علاقة مترابطة ومن أهم أنواع السوق السياحي:

1. سوق سياحي داخلي: حيث تلبى السياحة حاجة المستهلكين المحليين ضمن حدود بلدهم الإقليمية.
2. سوق سياحي خارجي: حيث تقوم الشركات السياحية المحلية بتلبية احتياجات السياح الأجانب.
3. سوق سياحي ملحوظ الطلب: عندما يكون الطلب أكبر من العرض «الخدمات السياحية».
4. سوق سياحي ملحوظ العرض: إمكانية تقديم خدمات سياحية للسياح الأجانب والمواطنين.⁽¹²⁾

ويمكن قياس درجة نشاط السوق السياحي بعدد من العوامل أهمها:

1. حجم التعاقدات التي تتم في السوق السياحي سنوياً.
2. درجة استجابة الطلب السياحي للنشاط السياحي.
3. معدل الزيادة في الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق في فترة معينة.
4. عدد الشركات والوكالات السياحية الموجودة في هذه الأسواق وحجم نشاطها.

دراسة الوضع الاقتصادي في السوق السياحي:

تقوم دراسة السوق من الجهة الاقتصادية على تحليل وفهم طبيعية اقتصاديات الدول المختلفة التي تعتبر أسواق سياحية من حيث درجة القوة أو الضعف وما تواجهه من مشكلات

تؤثر على حجم الطلب، كما يمكن اكتشاف إمكانية تحول بعض الأسواق السياحية من أسواق ثانوية إلى أسواق رئيسية مصدرة للسياح، وتفيد هذه الدراسة في فهم تقييم جدوى الجهود التسويقية الموجهة إلى دول السوق المختلفة، حيث تعمل على توجيه الجهود التسويقية نحو الدول المستقرة اقتصادياً، فكلما كانت الحالة الاقتصادية للسوق السياحي متعشة ومستقرة كلما كان الطلب السياحي نشطاً ومتزايداً.⁽¹³⁾

السياحة في السودان:

يقع السودان في الركن الشمالي الشرقي لقارة أفريقيا بين دائرتي عرض 8:45 - 23 شمالاً، وخطي طول 22 - 30:38 شرقاً، وهذا موقع جيوسياسي مهم بين أفريقيا والشرق الأوسط. السودان بموقعه هذا محاط باليابس ماعدا واجهته على البحر الأحمر حيث يبلغ طول سواحله نحو 740 كلم ولكن يلاحظ أن طبيعة السواحل لا تساعد على قيام الموانئ الطبيعية وذلك لظروف تكوين البحر الأحمر الأخدودية وشعب مرجانه الكثيرة، ويعتبر البحر الأحمر النافذة البحرية الوحيدة للسودان حيث نجد أن السودان محاط بسبع دول أفريقية هي إريتريا وإثيوبيا وجنوب السودان وأفريقيا الوسطى وتشاد وليبيا ومصر ويفصله البحر الأحمر عن المملكة العربية السعودية، ويعتبر هذا الموقع عاملاً مساعداً لحركة السكان بين عدد كبير من الدول الأفريقية والسودان عبر الحدود المجاورة. يشغل السودان موقعاً استراتيجياً متميزاً في خارطة العالم ويمثل جسراً ثقافياً بين الحضارات العربية والإسلامية من جانب، والثقافات الأفريقية من جانب آخر ويمثل كذلك جسراً جغرافياً بين دول البحر المتوسط ودول وسط أفريقيا وشرقها، وتبلغ مساحة السودان (1881000 كم²)، فإن موقع السودان المتميز ومساحته الكبيرة أكسبته صفة التعددية في الأعراق والثقافات والبيئات المتباينة والموارد الطبيعية المتنوعة وكل ذلك يعد من العوامل الجاذبة للسياح.⁽¹⁴⁾ ومن الناحية الإدارية فإن السودان ينقسم إلى ثمانية عشر ولاية وتضم كل من ولاية الشمالية، ولاية نهر النيل، ولاية البحر الأحمر، ولاية كسلا، ولاية القضارف، ولاية الخرطوم، ولاية الجزيرة، ولاية سنار، ولاية النيل الأزرق، ولاية النيل الأبيض، ولاية شمال كردفان، ولاية جنوب كردفان، ولاية غرب كردفان، ولاية شمال دارفور، ولاية غرب دارفور، ولاية جنوب دارفور، ولاية شرق دارفور، ولاية وسط دارفور، وتنقسم تلك الولايات بدورها إلى محليات ووحدات إدارية.

مقومات العرض السياحي في السودان:

ويتمتع السودان بموقع فريد في قلب قارة أفريقيا، يعتبر بوابة أفريقيا الرئيسية ومنطقة التقاء الحضارة العربية والأفريقية، ويمثل جسراً ثقافياً بين الحضارة العربية والسلالات البشرية التي استقرت وتمازجت وانصهرت بداخله، ويتفرد السودان بمقومات عرض سياحي فريد يتمثل الجواذب الطبيعية والبشرية التي يمكن أن تجذب السياحة.

أولاً: مقومات الجذب الطبيعية:

تتأثر السياحة شأنها في ذلك شأن كل الأنشطة البشرية الأخرى بلامح البيئة الطبيعية، والتي لعبت دوراً مهماً في توزيع مواقع ومراكز السياحة وتحديد أنماطها ومدة الإقامة والموسمية السياحية، ولهذا تحدد البيئة الطبيعية مدى إمكانية مزاولة النشاط السياحي اعتماداً على وفرة أو شح الموارد الطبيعية التي تلائم السياحة، وما هو مستثمر فعلاً، وما يمكن استثماره وتطويره، وأهم مقومات الجذب السياحي الطبيعية للعرض السياحي في السودان تتمثل في الآتي:

1. الموقع:

يشغل السودان موقعاً استراتيجياً متميزاً في خارطة العالم ويمثل جسراً ثقافياً بين الحضارات العربية والإسلامية من جانب، والثقافات الأفريقية من جانب آخر ويمثل كذلك جسراً جغرافياً بين دول البحر المتوسط ودول وسط أفريقيا وشرقها. عموماً فإن موقع السودان المتميز ومساحته الكبيرة أكسبته صفة التعددية في الأعراق والثقافات والبيئات المتباينة والموارد الطبيعية المتنوعة وكل ذلك يعد من العوامل الجاذبة للسياح.

2. المسطحات المائية: ومن أهم المسطحات المائية في السودان:

- أ. **البحر الأحمر:** يعتبر ساحل البحر الأحمر السوداني من أهم المواقع الطبيعية الجاذبة للسياح في السودان؛ إذ يأتي للمنطقة حالياً عدد كبير من السياح الأجانب خاصة محبي البحر والغطس والرياضات المائية الأخرى، وأصبح يتمتع بسمة ممتازة على مستوى العالم وذلك لما يتمتع به البحر الأحمر من مميزات طبيعية جاذبة للسياح. بالإضافة إلى ذلك فإن منطقة البحر الأحمر تحتوي على عدد من الجواذب والمراكز السياحية مثل ميناء بورتسودان وسواكن وأركويت وقرية عروس السياحة، ويزخر ساحل البحر الأحمر السوداني بتراث أحيائي تكمن أهميته في أنه بكر لا يدهوره تردد السياح عليه كما هو الحال في كثير من بقاع العالم ومن أجزاء البحر الأحمر نفسه.
- ب. **نهر النيل:** يحتل السودان معظم حوض النيل والذي يعد من أطول الأنهار في العالم، ويرجع تكوين النيل إلى الأمطار التي تسببها الرياح الرطبة التي تهب من المحيط الهندي والمحيط الاطلنطي، وتتجمع تلك الأمطار في تنزانيا وكينيا والكنغو ويوغندا وإثيوبيا، وتأتي 16% من هذه المياه من هضبة البحيرات، و84% من الهضبة الأثيوبية، وتوجد على طول مجرى النيل مجموعات من الشلالات والجنادل، وأشهرها في السودان الجنادل الخمسة التي توجد بين الخرطوم والحدود المصرية. (البشير وآخرون: 2012م، ص 168).

- ج. **بحيرات السدود (الخزانات):** تلك التي نشأت نتيجة لبناء عدد من السدود على نهر النيل مثل: بحيرة خزان (سد) الرصيرص، بحيرة خزان (سد) سنار، بحيرة خزان (سد)

جبل أولياء، بحيرة سد مروي. وجميع تلك البحيرات يمكن أن تقوم حولها الحياة بمناشطها المختلفة وخاصة مناشط السياحة، إذ يمكن أن تنشأ حولها الفنادق والمنتجعات والمطاعم، وكذلك البصات النهرية أو القوارب النهرية ذات الأحجام المتوسطة والصغيرة لحمل الركاب والتمتع بالتنزه فوق الماء، كذلك لصيد الأسماك للمتعة والتسابق، بالطبع ليس الصيد التجاري وإنما الاحترافي. (15)

د. **المسطحات المائية الموسمية:** وهذه تتكون عند موسم الأمطار في الخريف وهي عبارة عن وديان وخيران تجري فيها مياه الأمطار والسيول الناتجة عنها إضافة إلى مناطق منخفضة تتجمع فيها الأمطار أيضاً، ومثال لها الوادي الذي يمر عبر مدينة نيالا ووادي كندوه بطرفها الجنوبي، وكذلك خور بقرب من مدينة الأبيض والذي نشأت بالقرب منه بساتين وحدائق يطلق عليها البان جديد هذا إضافة إلى خور أبو حبل، وفي الشرق نهر القاش وخور بركة ونهر الرهد وغيرها، وكلها موسمية لكنها تصلح للمنشآت السياحية والنشاط السياحي.

3. المرتفعات:

يتمتع السودان بالعديد من المرتفعات ذات الجذب السياحي، ومن أهم تلك المرتفعات:

أ. **منطقة جبل مرة:** يعتبر جبل مرة من المناطق السياحية المتميزة في السودان؛ حيث نجد فيه الشلالات والبحيرات المتفجرة باستمرار مما أعطى المنطقة شكلاً جذاباً ومنظراً خلاباً.

ب. **منطقة أركويت:** تقع بولاية البحر الأحمر بشرق السودان على بعد 205 كيلوا متر من بورتسودان وعلى إرتفاع 3800 قدم فوق سطح البحر، تمتاز بالطقس المعتدل طوال العام لإرتفاعها الشاهق، توفر المنطقة الراحة والسكنية والهدوء في نفس زائرها وهي من أجمل المناطق السياحية في السودان، وتحتوي على مقبرة الأمير عثمان دقنه، وعقدت بها العديد من المؤتمرات. (16)

4. المحميات الطبيعية:

من أبرز ما يتمتع به السودان دون سائر البلاد العربية في مجال السياحة هو صيد الحيوانات البرية إذ أنه يزخر بالكثير من أنواع الحيوانات المختلفة والطيور، لهذا فقد صار من أعظم أقطار العالم التي تمارس فيها هواية صيد الحيوانات البرية والطيور، ويزخر السودان بالعديد من المحميات الطبيعية والبحرية ومنها:

أ. **أ. محمية الدندر القومية:** تقع في الجزء الجنوبي الشرقي مع الحدود الدولية بين السودان وإثيوبيا حيث تمتد عبر ثلاثة ولايات القضارف - سنار - النيل الأزرق.

ب. **محمية الردوم القومية:** تقع في ولاية جنوب دارفور متاخمة لحدود إفريقيا الوسطي

وتبلغ مساحتها حوالي خمسة آلاف ميل مربع، وكان الغرض من إنشاء المحمية هو المحافظة على التنوع الإحيائي والتنوع البيئي.

ج. محمية سنقنيب ودقناب البحرية:

تعتبر شعب سنقنيب (شمال شرق بورتسودان) من أهم المواقع المتميزة في البحر الأحمر.

د. محمية جبال الحسانية: أعلنت في العام 2003م وتبلغ مساحتها 8500 كيلو متر مربع.

هـ. محمية وادي هور القومية:

أعلنت كمحمية حيوانات برية في العام 2011م، تبلغ مساحتها 45600 هكتار، تبدأ حدودها في الركن الشمالي الغربي لولاية شمال دارفور في منطقة وارت الصيد، يسير شرقاً حتى حدود الولاية الشمالية مع ولاية شمال دارفور.

و.محمية تايلا - باسندا قلابات:

لم يتم تحديد حدودها بعد مع الجارة الأثيوبية، الأمر الذي عرض المحمية للقطع الجائر للأشجار والغطاء النباتي لعدم فرض السيادة.

5.الصحراء:

تمتد في جزء كبير من السودان الشمالي إذ أن الصحراء الكبرى تمتد في شمال ولاية شمال دارفور وغرب نهر النيل في ولايتي نهر النيل والشمالية، وشرق نهر النيل في نفس الولايتين توجد صحراء بيوضه، وهي صحارى تحتوى على قدر كبير من آثار الحضارات القديمة المكتشف منها وغير المكتشف، وعبر الصحراء كذلك تقام سباقات رالي السيارات، ولسياحة الصحراء عشاقها خاصة في المناطق التي يعيش فيها البدو ويركبون الجمال ولهم تراثهم الفني، ومصنوعاتهم التراثية مما جعل طبيعة الحياة الإنسانية فيها هي عامل مهم في الجذب السياحي.

ثانياً: مقومات الجذب الأثرية والتاريخية:

السودان بلد عريق له تاريخه وتراثه الثقافي الذي لا يقدر بثمن، وهو بلد حضارات قديمة، وحسب ما أفادت الكشفيات الأثرية فإن الحضارات عرفت في السودان منذ العصر الحجري الأعلى مروراً بالوسط والعصر الحجري الحديث وأنه في بداية التاريخ المدون للإنسان كانت حضارات كوش ونبتة ومروي تقف شاهداً على عبقرية الإنسان والمكان، وأن أهرامات ومعابد ومدافن حضارات السودان القديم تقف خير شاهد⁽¹⁷⁾ وبالرغم من وجود آثار في مناطق كثيرة من أنحاء السودان إلا أن علاقة السياحة بتلك الآثار تتحدد في أمرين هما:

1. أن تكون لتلك الحضارات أو أن تكون تلك الآثار مباني شاخصة بارزة مجسمة بها هندسة معمارية جاذبة وفنون في التصميم والبناء، وإبداع في الرسم والنحت في التماثيل أو على الجدران وتميز مبانيها وأعمدتها التي تقوم عليها وما عليها من كتابات ورموز

ورسوم ونحت وأن تكون لها دلالاتها التاريخية، ويشمل ذلك المدافن وما فيها من آثار وكلها تتحدث عن حياة وعادات وطقوس تلك الحضارات.

2. ما يجمع من تلك الآثار أياً كان مكانها مع تنوع صناعتها وموادها وبدائيتها أو تطورها وتعرض في المتاحف التي يزورها الناس ويطالعون من خلالها آثار القدماء وحضاراتهم وثقافتهم.

المواقع الأثرية في السودان:

زيارة الأماكن الأثرية تعتبر من أهم مهام السياحة الثقافية وهي من أولويات السائح الذي يزور البلد لهذا النوع من السياحة، وتحتل ولايتي الشمالية وولاية نهر النيل الصدارة بالمواقع الأثرية في السودان على سبيل المثال لا الحصر:

1. أهم المواقع الأثرية في الولاية الشمالية:

- أ. جبل البركل: من أهم المواقع الأثرية في السودان، كان يتم فيه تتويج الملوك.
- ب. نوري: من أهم المدافن الملكية القديمة في السودان.
- ج. موقع فرس الأثري:
- د. تشمل آثار مدافن وقلل اعوم عابد وكنائس ونقلت اللوحات الحائطية وبعض أعمده المعابد لمتحف السودان القومي والبعض الآخر في متحف وارسو ببولندا.
- هـ. موقع بوهين الأثري:
- يضم معبدتين من الحجر الرملي أهمه المعبد العظيم الذي بني في عهد الملكة حتشبسوت 1468 ق.م، الذين قل إلى الخرطوم وأعيد تشييده في حديقة المتحف القومي.
- و. موقع عكاشة الأثري:
- بني فيها رمسيس الثاني 1290_1224 ق.م معبدا من الحجر الرملي تكريماً لنفسه.
- ز. موقع سمنا الأثري:
- تعتبر الحد الجنوبي للدولة المصرية ونجد فيها لوحة الحدود التي أقامها سنوسرت الثالث في السنه الثامنة.
- ح. موقع عمارة الأثري:
- ازدهرت عمارة شرق في العهد المروي وبها معبد الملك نتكاماني الذي شيد في نهاية القرن الأول ق.م.
- ط. موقع صاي الأثري:
- من المناطق الغنية جدارب الآثار من العصر الحجري وحتى العصر الحديث.

ي. موقع صادنقا الأثري:

بني فيها امنوفيس الثالث معبد الزوجته الملكة تي، وتوجد بعض المدافن التي تعود إلى العصر المروي.

ك. موقع كرمة الأثري: يضم موقع حضارة كرمة جبانات وقبور ودفوف شرقية وغربية، وتعتبر من أكبر المواقع الأثرية في السودان، وهي عاصمة دولة كوش.

2. أشهر المواقع الأثرية بولاية نهر النيل:⁽¹⁸⁾

أ. موقع مروي الأثري:

تقع منطقة مروي بالقرب من مدينة كبوشية الحالية وكانت تسمى قديماً (بجزيرة مروي)، بالموقع ثمانية وثلاثون هرمًا، تم تسجيل الموقع ضمن المواقع العالمية في العام 2001م.

ب. المصورات الصفراء:

تبعد حوالي 10 كل م شمال النقة ويعتبر من أكثر المواقع غرابه في كل ممالك النوبة، نجد آثار مدني هولا توجد آثار مدافن، كما توجد عدد من المعابد، ومن أكبر المنشآت والصور الكبير الذي يضم مجموعهمنا الساحتا المفتوحة، وممراتوغرفلامثيللهاوهياالعمارة النوبية أو المصرية، ومن المظاهر الهامة في هذا الموقع حفير المياه الضخم الذي كان يكفي لأرواء عدد كبير من الحيوانات في مساحة قدرها 100 قدم مربع بالإضافة إلى المبنى الضخم الذي لم يستطع خبراء الآثار معرفة وظيفته حتى الآن، ومن الأشياء الهامة في هذا الموقع أيضاً النقوش التي وجدت على الجداريين الشمالي والجنوبي وتمثال الملك أبادماك برأس أسد وجسم إنسان يقود صفًا من الإلهة من بينهم حورس وأريس وهم يستقبلون الملك وأفراد أسرته ويتقربون لهذه الإلهة.

ج. النقة:

وترجع تسميتها إلى «النقع» أي الماء عندما يصفو وهي مدينة ضخمة مثل مروي فيها قصر وعلى الأقل سبع معابد، كلها من الحجر منها معبد الأسد الذي أنشاه نتكاماني وأماني تيريو مشهور بنقوشه الزخرفية المنحوتة.⁽¹⁹⁾

3. مدينة سواكن الأثرية:

تقع في شرق السودان، وتضم مدينة سواكن منطقة أثرية تاريخية وكانت سابقاً ميناء السودان الرئيسي، وقد بنيت المدينة القديمة فوق جزر مرجانية، معظم منازلها التي يسودها الطابع المعماري الإسلامي، والتي أصبحت موقعاً من المواقع الأثرية الإسلامية القديمة في السودان. ثالثاً: مقومات التراث والمناشط الشعبية والعادات والتقاليد:

الحضارات السودانية ومن منطلق كينونتها الإسلامية والعربية والأفريقية كانت متمثلة في

التمثيل والأواني والتوابيت والمصنوعات المتعددة والمتنوعة والنقوش على جدران المساجد والكنائس والمعابد وفي الأهرامات المتقنة التشييد، كما شملت الحضارات السودانية أيضاً التماثيل المختلفة للآلهة والملوك والملكات وقواد الجيوش والفرسان التي تزاхمت بها المواقع التاريخية وخاصة في أرض الشمال بالسودان كمنطقة البجراوية ومروي ونوري والبركل ودنقلا العجوز وغيرها من المناطق التاريخية المتعددة، التي شهدت بناء الأهرامات كما هو موجود في مناطق نوري والبركل والبجراوية وتشيد المساجد في فترة الفتوحات الإسلامية كمسجد عبد الله بن أبي السرح في منطقة دنقلا العجوز. وفي السودان فإن أهم جاذب سياحي هو الإنسان نفسه، فهو معروف بسلوكه الطيب المتعاون المحب للآخر والمحترم للضيف وعلى الأخص الشخص الغريب، وهو يندفع لتقديم الخدمة أو المعلومة أو المساعدة في أمر ما إن كان يستطيع ذلك، وأكثر ما يدهش في ذلك كرم الضيافة وحسن الاستقبال، وقد أكد أن الكثير من الزائرين الأجانب من عرب وأوربيين وأمريكان وغيرهم أعجبهم واندعاشهم لطيبة ومروءة السوداني وكرمه وحسن ضيافته، وبالرغم من أن العولمة الاقتصادية واقتصاديات السوق قد غيرت نوعاً ما في السلوك الاجتماعي إلا أن الغالبية مازالت على سابق عهدها. ومن العادات الاجتماعية التي يرقبها السائح هي مراسم الزواج بطقوسه المختلفة ومراحل الاحتفال به وطريقة تنفيذ تلك الاحتفالات خاصة في المجتمعات خارج المدن أو ربما صادف حدوث وفيات فيرى كيف يقام المأتم وكيف يكون العزاء عند الرجال والنساء وشكل التكافل الاجتماعي في تلك المناسبة. وكذلك الرقصات الشعبية في الأفراح والمناسبات الاجتماعية السعيدة وفي غالب أقاليم السودان تكون الرقصات مشتركة بين الرجال والنساء وتتنوع حسب الأقاليم والقبيلة، فتتحلى فيها النساء بالزينة المحلية المتعارف عليها والتي تمثل الموروث الثقافي والتراثي سواء في جانب الملابس أو الحلي وأدوات الزينة المصنوعة من العاج والفضة أو السكسك وربما الأحجار الكريمة والذهب، وكذلك الملابس بألوانها الزاهية وأشكالها وتفصيلها الذي ربما يمثل مجتمعاً بعينه كما في حلفا القديمة ودنقلا وشرق السودان أو ربما يكون العامل المشترك فيها هو الثوب السوداني المعروف مع إضافات أنواع الزينة والحلي المختلفة كما هو الحال في أواسط السودان وأما الرجال ففي الغالب يكون لباسهم (الجلابية) السودانية أو (العراقي) مع الطاقة مع حذاء (المركوب).

أما الغناء فيختلف حسب كل منطقة وكذلك تختلف وسائله وأدوات موسيقاه ومعانيه وأشعاره، فهو يعبر عن ثقافة كل بيئة فبعضها تتوافر فيه رقة الشعور ودفع المشاعر والوصف الخفي أو الصريح لجمال المرأة والهيام بها والحنين وما في حكم تلك المعاني وأكثر ما يظهر ذلك في أواسط السودان وبعضها يعبر عن علاقة الرجل بالمرأة من خلال معاني الرجولة وقيم الشجاعة والقتال وأكثر ما يظهر ذلك عند القبائل العربية في دارفور وغرب كردفان وجنوبها وتتجسد تلك المعاني والأغاني في الرقصات الشعبية المحلية والتي تعبر عن ثقافة كل قبيلة أو مجتمع محلي. تعتبر المصنوعات اليدوية السودانية السعفية والخشبية جانباً مهماً من الجوانب المؤثرة في حياة الشعوب والمجتمعات والقبائل السودانية فهي تحمل الكثير من القيم الجمالية والنفعية ولها دوراً متعاضداً لما تعود به من فوائد دعماً للأسر المنتجة وللإقتصاد القومي.

معوقات تنمية وتطوير المنتج السياحي (العرض السياحي) في السودان:

إن التحديات التي تواجه تنمية وتطوير المنتج السياحي في السودان يمكن تناولها علي النحو التالي:

أولاً: تحديات الموقع :

عدم وجود شبكة طرق معبدة وسهلة بين دول الجوار من أجل تدفق حركة السياح، وذلك لأن بُعد الموقع عن دول الطلب السياحي يؤثر على حركة الرحلات السياحية خصوصاً للشباب ومحدودي الدخل نسبة لارتفاع أسعار وسائل النقل الجوية والبحرية. كما نجد بُعد المواقع السياحية عن المركز، حيث تقع معظم المناطق السياحية في أطراف الدولة، مما يجعل الوصول لها أمراً شاقاً ومكلفاً من حيث الزمن.

ثانياً: تحديات المحميات الطبيعية:

السودان أحد الدول التي تتمتع بثروة كبيرة في أعداد الحياة البرية وأنواعها ولكنه في الآونة الأخيرة ظلت هذه الأعداد والأنواع في تناقص مستمر، وذلك لأسباب طبيعية وأخرى بشرية، وتتمثل العوامل الطبيعية في تدهور الأحوال البيئية الطبيعية في السودان نتيجة للجفاف والتصحر في معظم مناطق السودان الشمالية والغربية والشرقية، وكذلك سوء استخدام الأرض وكل ذلك أدى بدوره إلى تدهور الغطاء النباتي، الذي يشكل الغذاء الرئيسي للحياة البرية وكذلك المأوى لها، قلة الغذاء والصيد الجائر للحيوانات البرية وإقامة مشاريع زراعية قومية وبدون إجراء الدراسات اللازمة، بالإضافة للحروب الأهلية والتي تعتبر من أكبر المهددات للحياة البرية فقد أدت هذه الحروب لتناقص كبير في أعداد الحيوانات البرية والتي تعد مصدر غذاء بالنسبة للمقاتلين في تلك المناطق، فضلاً عن هروب أعداد كبيرة إلى دول الجوار بسبب الحرب وانقراض أخرى بالألغام والأسلحة المختلفة، إضافة لذلك هنالك صعوبة في الوصول إلى مناطق الحياة البرية كل هذا أدى إلى تدهور الحياة البرية في السودان.⁽²⁰⁾

ثالثاً: المعوقات الاقتصادية:

1. تفتقر المواقع السياحية في السودان للبنيات الأساسية حيث لاتتوافر فيها خدمات الإقامة والإعاشة والخدمات الصحية والكهرباء والمياه والطرق.
2. عدم وجود أسواق مصرفية وسهولة التداول والتعامل في النقد الأجنبي.
3. عدم الإهتمام بالصناعات البيئية والتقليدية وبالرغم من أهميتها للسائح الأجنبي.
4. ضعف الاستثمار في مجال السياحة، يظهر ذلك من عدم تنفيذ مشاريع التنمية السياحية.
5. ارتفاع قيمة البرامج السياحية، حيث أنها تتشابه مع الموجودة في الأسواق المجاورة وبتكلفة أقل كثيراً من قيمة البرامج السياحية السودانية، لهذا فإن البرامج السودانية تفقد قدرتها على المنافسة في الأسواق العالمية.

6. ارتباط الطلب السياحي بالنظام الاقتصادي للدولة والتركيز على سياحة رجال الأعمال مع عدم فعالية التسويق السياحي.

رابعاً: المعوقات الاجتماعية والثقافية والسياسية:

1. عدم توافر أماكن للإقامة بمختلف الدرجات من الفنادق المتدرجة النجوم والقرى السياحية والموتيلات والمنتجعات وبيوت الشباب بحيث يتناسب مع مختلف فئات وطبقات السائحين.
2. عدم تحديد منتج سياحي متميز، تهتم الدول بالتركيز على منتج سياحي تتفرد وتعرف به ويحقق لها ميزة نسبية في الأسواق فنجد تونس تشتهر بالحمامات ومصر بالإهرامات والهند بتاج محل حيث أنه لا يمتلك السودان نهج يمكن العرض السياحي به اكتساب وزن خاص به.
3. قصور المعلومات والبيانات عن المزارات والمعالم السياحية وأماكن تواجدها وكيفية الوصول إليها.
4. ضعف استخدام التقنية الحديثة في مجال العرض السياحي.
5. عدم تفعيل عناصر التراث الشعبي في المناطق السياحية وتشجيع عمل المهرجانات فهذه الأحداث لها جانب إعلامي دولي ومردود اقتصادي وثقافي متميز.
6. عدم وجود نشرات أو كتيبات تبرز مختلف الخصائص البشرية والتراثية إلى جانب المقومات الطبيعية والاقتصادية في مناطق الجذب السياحي.
7. قصور برامج الإعلام السياحي في وسائل الإعلام المختلفة عن أهم مقومات المناطق الأثرية.⁽²¹⁾

الخاتمة:

صناعة السياحة من الصناعات التي قدمت مساهمة كبيرة في اقتصاديات كثير من الدول ومنها الدول النامية التي استطاعت من خلال السياحة أن تنمي اقتصادها مما تجنيه السياحة من عملات حرة تساعد في زيادة الدخل القومي لها، والسياحة من الصناعات التي تنمي نفسها ولا تحتاج إلى رؤوس أموال متجددة، وأكدت الدراسة الميدانية أن السودان يمكن أن يكون وجهة سياحية وذلك بوفرة المغريات والجواذب السياحية المتاحة بها لا سيما وجود حضارة تعتبر من أقدم الحضارات في العالم، وتحتاج هذه المغريات إلى وجود دراسات وتخطيط علمي للاستفادة منها وترقيتها لتصبح قادرة على المنافسة على المستويات العالمية.

النتائج:

1. حصر وتصنيف الجواذب والمغريات السياحية يساهم في تكوين خطط علمية مدروسة ويساعد علي وضع استراتيجيات وسياسات تعمل على تنمية وتطوير المنتج السياحي، كما يساعد في جذب المستثمرين وزيادة فرص الاستثمارات السياحية في السودان مما يجعلها وجهة سياحية للسياح والمستثمرين بالتالي تطوير اقتصاد الدولة.
2. عدم مواكبة التطور الذي طرأ بالعالم من تطوير وترقية للمنتج والعرض السياحي واستغلال الجواذب والمغريات السياحية المتاحة وخلق مناخ سياحي جاذب.
3. يمكن للجواذب والمغريات السياحية أن تكون قادرة على المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بعد وضع الاستراتيجيات والخطط والسياسات لتنميتها وتحويلها لمنتج سياحي قابل للتسويق.
4. تنشيط وسائل الإعلام السياحي وتحديث أساليب العرض السياحي يساهم بشكل كبير في زيادة الطلب السياحي.
5. الاهتمام بالمنتج السياحي يؤدي بشكل عام إلي تحسين مستوى المعيشة وتحسين دخل الفرد وترقية المجتمعات القاطنة حول مناطق العرض السياحي ومحاربة البطالة من خلال تشغيل عدد كبير في مواقع العرض السياحي.

التوصيات:

1. وضع صناعة السياحة من أولويات أجهزة الدولة الرسمية وإنشاء شركات بين القطاعين العام والخاص للاستفادة القصوى منالمغريات والجواذب السياحية المتاحة لتكوين وجهة سياحية داخل البلاد، والاستفادة من تجارب الدول التي استطاعت استغلال الجواذب والمغريات السياحية بها وتمكنت من جعل تلك الجواذب منتج سياحي يتفرد بالخصوصية والتميز.
2. تكوين مجالس استشارية متخصصة للبحوث والدراسات في المركز والولايات لوضع الاستراتيجيات والخطط والبرامج لمعالجة مشاكل تنمية وترقية المنتج السياحي وصناعة السياحة بشكل عام في البلاد.
3. تشجيع المستثمرين من خلال اعطائهم مميزات ومغريات والعمل علي تذليل كل العقبات امامهم لتطوير العرض السياحي والمشاريع السياحية وترقية المنتج السياحي.
4. عمل حصر دقيق للمغريات والجواذب السياحية وتوثيقها ومن ثم وضع الاستراتيجيات والخطط وتقييم مايمكن استغلاله وتقدير حجم الاستثمارات المطلوبة في البنية التحتية والفوقية لكل منطقة عرض سياحي، وتسليط الضوء على المغريات والجواذب السياحية عبر القنوات الإعلامية الرسمية والخاصة ونشر التوعية بأهمية السياحة كمورد اقتصادي هام.

5. ادراج تنمية وتطوير العرض السياحي هدف استراتيجي ضمن الاهداف الاستراتيجية للدولة مما سينعكس إيجاباً علي اقتصاد الدولة من جلب العملات الاجنبية ومحاربة البطالة.

الهوامش:

- (1) مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى العلوم السياحية والفندقية، دار الحامد للنشر، عمان، 2015م، ص 53.
- (2) صلاح عمر الصادق، دراسات سودانية في السياحة، مكتبة الشريف الأكاديمية، الخرطوم، 2008م ص 19.
- (3) هدى سيد لطيف، تطور حركة السياحة العالمية، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 1994م، ص 13، 32.
- (4) ماهر عبد الخالق السيبي، صناعة السياحة، مطابع الولاء الحديثة، القاهرة، 2003م، ص 22.
- (5) محمد صبحي وآخرون، جغرافية السياحة - مكتبة الأنجلو - القاهرة - 2001، ص 65.
- (6) أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لنديا الطباعة، الإسكندرية، 2008م، ص 209.
- (7) إلياس سراب، وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للتوزيع والنشر، ط 1، عمان، 2002م، ص 13.
- (8) عبد الإله أبو عياش، وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2007م ص 130.
- (9) حمدي عبد العظيم، اقتصاديات السياحة مدخل نظري علمي متكامل، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 1993م، ص 12.
- (10) محسن أحمد الخيزري، التسويق السياحي مدخل اقتصادي متكامل، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1989م، ص 48.
- (11) حمد أبو رمان، آبي سعيد الديوهجي، التسويق السياحي والفندقي، الحامد للنشر، الأردن، 2000م، ص 175.
- (12) عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر، مصر، 2010م، ص 56.
- (13) صبري عبد السميع حسين، أصول التسويق السياحي، جامعة حلون، القاهرة، 1992م، ص 48.
- (14) الطيب محمد البشير، عبد الباقي عبد الغني بابكر، محمد عبد الله العري، يوسف عبد الله المغربي، الجغرافيا والدراسات البيئية، المركز القومي للمناهج والبحث التربوي، بخت الرضا، الطبعة المنقحة 2012م، ص 165.
- (15) علي محبوب عطا المنان، دور التخطيط الإستراتيجي في تنمية قطاع السياحة في السودان، رسالة دكتوراة، جامعة الزعيم الأزهر، 2012م، ص 166، 169، 175.
- (16) إحسان سليمان سعد - التسويق السياحي وأثره في أداء شركات وكالات السياحة والسفر - رسالة ماجستير - جامعة شندي - 2017م، ص 56، 60، 64.

- (17) عبد الرحمن محمد الحسن، استدامة السياحة في السودان باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، المجلة الاورومتوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، 2017م، 12.
- (18) محمد حسن سعيد، السياحة في السودان، فهرسة المكتبة الوطنية ، الخرطوم، 2013م، ص 78.
- (19) فاطمة خوجلي الأمين، الآثار ودورها في تنمية السياحة، رسالة ماجستير، جامعة النيلين، 2000م، ص 23.
- (20) عثمان عبد الله محمد، العوامل الجغرافية الطبيعية ودورها في التنمية السياحية المستدامة في السودان، جامعة الزعيم الأزهري، د ت ، ص 18.
- (21) علوية حسن عبد الله عبد القادر، السياحة في السودان المقومات والمعوقات والمعالجات، المؤتمر العلمي الاكاديمي الدولي التاسع، تحت عنوان الاتجاهات المعاصرة في العلوم الاجتماعية والانسانية والطبيعية، تركيا، 2018م، ص 101.